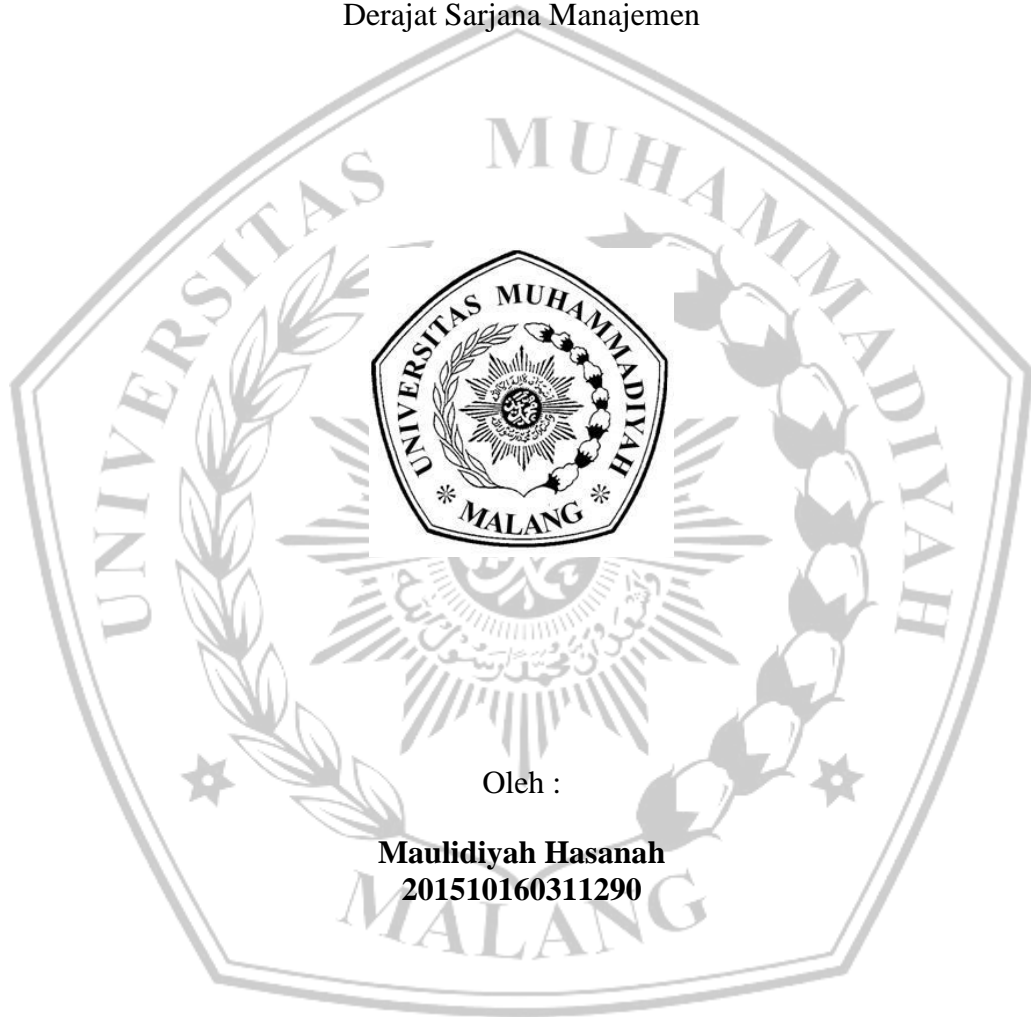


ANALISIS CITRA MEREK SEPATU *CONVERSE*
(Survey Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Manajemen



Oleh :

Maulidiyah Hasanah
201510160311290

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
2020

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

ANALISIS CITRA MEREK SEPATU *CONVERSE*
(Survey pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang)

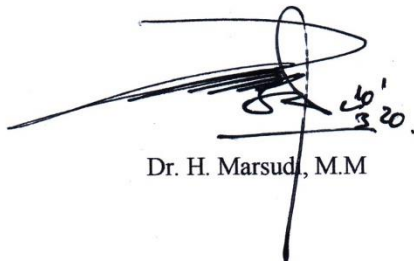
Oleh:

Maulidiyah Hasanah
201510160311290

Malang,

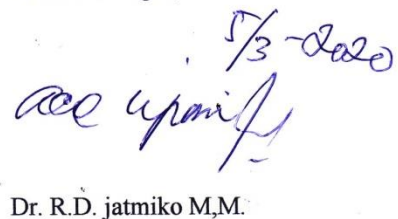
Telah disetujui oleh:

Pembimbing I,



Dr. H. Marsudi, M.M

Pembimbing II,



Dr. R.D. jatmiko M.M.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

ANALISIS CITRA MEREK SEPATU CONVERSE (Survey pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang)

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Maulidiyah Hasanah

NIM : 201510160311290

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 21 Maret 2020 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : Dr. Widayat, M.M.

Penguji II : Drs. Noor Aziz, M.M.

Penguji III : Dr. Rohmat Dwi Jatmiko, M.M.

Penguji IV : Dr. Marsudi, M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,



Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Dr. Marsudi, M.M.

SKRIPSI

ANALISIS CITRA MEREK SEPATU CONVERSE
(Survey pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang)

Oleh :

Maulidiyah Hasanah
201510160311290

Diterima dan disetujui
pada tanggal 21 Maret 2020

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Marsudi, M.M.

Dr. Rohmat Dwi Jatmiko, M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,

Dr. Han Zuhroh, M.M.

Dr. Marsudi, M.M.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : **Maulidiyah Hasanah**

NIM : 201510160311290

Program Studi : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan referensi dalam skripsi ini, secara tertulis dan jelas dicantumkan dengan menyebutkan nama pengarang dan dituliskan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 21 Maret 2020

Yang Membuat Pernyataan,



Maulidiyah Hasanah

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur yang teramat dalam saya haturkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Segala, atas percikan kasih, hidayat, dan taufiq-Nya sehingga Skripsi dengan **Judul “Analisis Citra Merek Sepatu Converse (Survey pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang)** ini dapat terselesaikan pada waktu yang telah direncanakan. Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh derajat Sarjana Ekonomi pada Universitas Muhammadiyah Malang. Selama proses penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan serta dukungan kepada saya. Sebagai ungkapan syukur, dalam kesempatan ini saya ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. H. Fauzan, M.Pd., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang
2. Dr. Hj. Ida Zuhroh, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang
3. Dr. H. Marsudi, M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang dan selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan penuh kesabaran memberikan pengarahan, saran, dan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Dr. R.D. Jatmiko, M.M., selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan penuh kesabaran memberikan pengarahan, saran, dan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

5. Staf Pengajar Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang atas semua ilmu yang telah di ajarkan.
6. Kedua orang tua penulis Bpk. H. Romli dan Ibu Hj. Siti Mariyam yang tidak henti-hentinya memberikan do'a dengan tulus, dukungan dan semua pengorbanannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
7. Khusnul Khotimah, Abdul Rohman, Abdul Rohim sebagai saudara penulis yang memberikan dukungan, motivasi, dan saran demi terselesaikannya skripsi penulis.
8. Terima kasih kepada Johan Ridhwan, Ika, Anggun, Aulia, Adelia, Ningrum, Atika, Yudha yang selalu memberikan doa, dukungan, semangat dan selalu membantu dalam mengerjakan skripsi ini.
9. Teman seperjuangan kelas Manajemen E angkatan 2015.
10. Tak lupa terima kasih penulis ucapkan bagi semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Akhirnya, semoga skripsi ini bermanfaat bagi seluruh pembaca. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam skripsi ini, oleh karena itu diharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

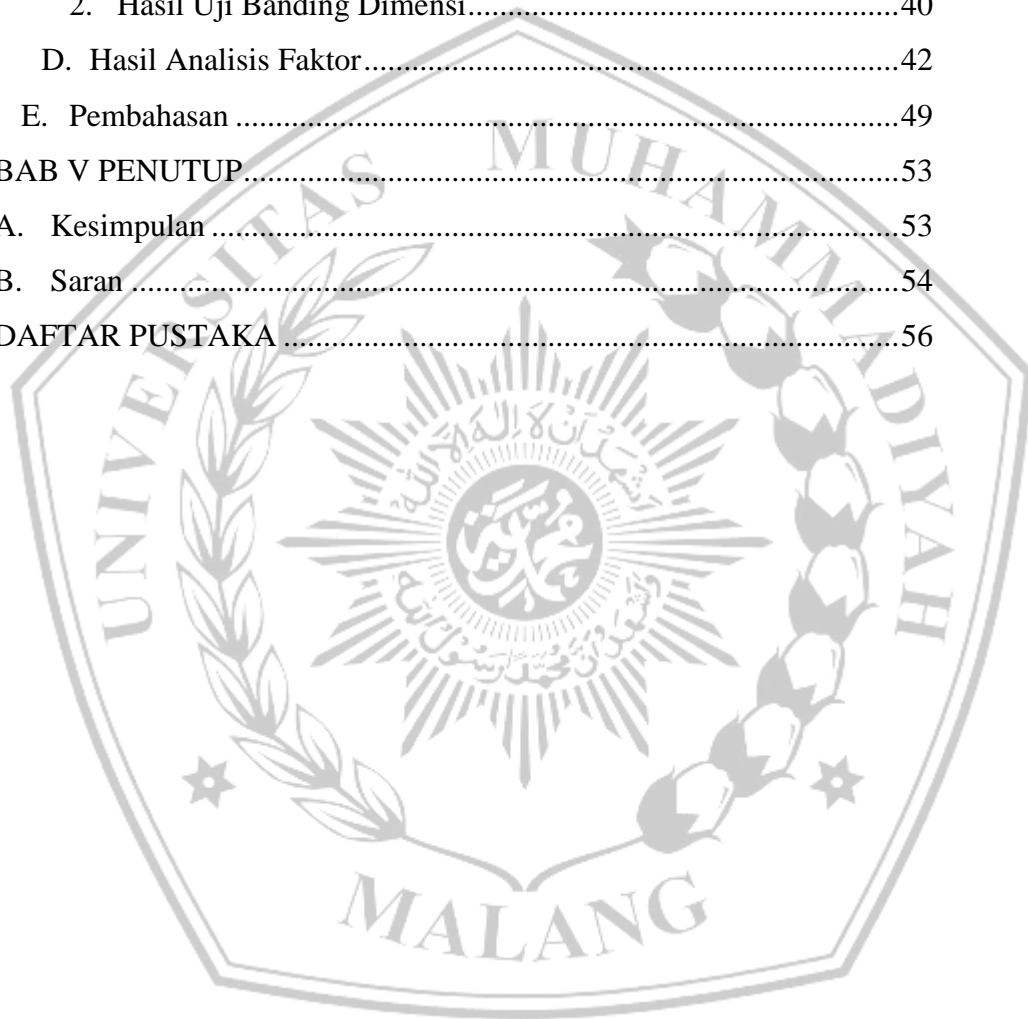
Malang, 21 Maret 2020

Maulidiyah Hasanah

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Masalah	4
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II TUJUAN PUSTAKA	6
A. Tinjauan Teori	6
B. Penelitian Terdahulu	11
C. Kerangka Pikir	12
D. Hipotesis	13
BAB III METODE PENELITIAN	14
A. Lokasi Penelitian	14
B. Jenis Penelitian	14
C. Populasi dan Sampel Penelitian	14
D. Definisi Operasional Variabel	16
E. Teknik Pengukuran Data	20
F. Jenis dan Sumber Data	20
G. Teknik Pengumpulan Data	21
H. Uji Instrumen Penelitian	21
I. Teknik Analisis Data	22
1. Rentang Skala	22

J. Analisis Faktor Konfirmatori	23
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	28
A. Karakteristik Responden.....	28
B. Hasil Uji Instrumen.....	32
C. Hasil Uji Analisis Data	34
1. Rentang Skala	34
2. Hasil Uji Banding Dimensi.....	40
D. Hasil Analisis Faktor.....	42
E. Pembahasan	49
BAB V PENUTUP.....	53
A. Kesimpulan	53
B. Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	56



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka pikir.....	12
--------------------------------	----

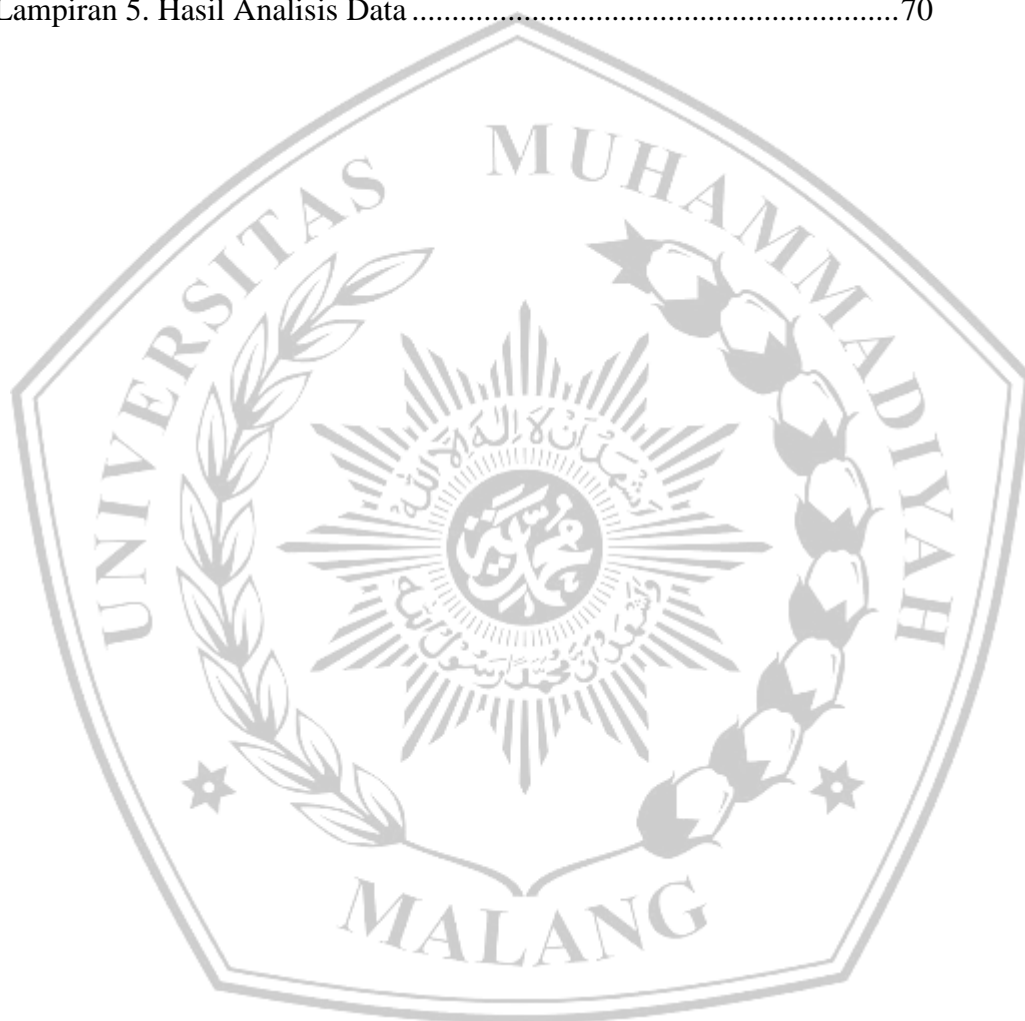


DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel.....	17
Tabel 3.2. Skala Likert	20
Tabel 3.3. Rentang Skala	23
Tabel 4.1. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	28
Tabel 4.2. Karakteristik Responden berdasarkan Usia	29
Tabel 4.3. Karakteristik Responden berdasarkan Fakultas	30
Tabel 4.4. Karakteristik Responden berdasarkan Tahun Angkatan.....	31
Tabel 4.5. Uji Validitas Instrumen.....	33
Tabel 4.6. Hasil Rentang Skala Jawaban Responden <i>Brand Identity</i>	35
Tabel 4.7. Hasil Rentang Skala Jawaban Responden <i>Brand Assosiation</i>	36
Tabel 4.8. Hasil Rentang Skala Jawaban Responden <i>Brand Personality</i>	37
Tabel 4.9. Hasil Rentang Skala Jawaban Responden <i>Brand Behavior</i> <i>and Attitude</i>	38
Tabel 4.10. Hasil Rentang Skala Jawaban Responden <i>Brand Competence</i> <i>and Benefit</i>	39
Tabel 4.11. Hasil Uji Banding Dimensi Citra Merek.....	40
Tabel 4.12. Uji KMO dan <i>Barlett's Test of Sphericity</i>	43
Tabel 4.13. Uji MSA.....	44
Tabel 4.14. Uji Eigenvalues	46
Tabel 4.15. Rotated Component Matrix.....	47
Tabel 4.16. Penamaan Faktor Baru	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisoner Penelitian.....	58
Lampiran 2. Hasil Skor Responden	61
Lampiran 3. Karakteristik Responden.....	66
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	69
Lampiran 5. Hasil Analisis Data	70



DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David and E. Joachimsthaler. 2000. *Brand Leadership*. New York: The Free Press.
- Adha, Bayu, dan B. Suryawardani. 2018. Analisis *Brand Image* pada Produk AQUA di Kota Bandung tahun 2017. *e-Proceeding of Applied Science: Vol.4, No.2*.
- Al Fatih, M. F., S. Suharyono, dan M. K. Mawardi. 2016. Analisis citra merek berdasarkan *Country of Origin* (Studi tentang citra merek *smartphone* asal Amerika Serikat dan asal China pada mahasiswa Universitas Brawijaya). *JAB vol.39 No.1*.
- Azwar. S. 2013. *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Broto, V., dan R. S. Wenas. 2016. Analisis citra merek, kepuasan pelanggan dan fasilitas terhadap keputusan pembelian konsumen mobil Toyota Agya pada PT. Hasjrat Abadi Cabang Bitung. *Jurnal EMBA vol.4 No.2*.
- Hariandy, R., dan S. L. Mandly. 2014. Analisis citra merek kualitas produk dan harga pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen pada mobil *All New KIA RIO* di kota Manado. *Jurnal EMBA vol. 2 No. 3*.
- Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid II. Edisi Kesebelas. Alih Bahasa Benyamin Molan. Jakarta : Indeks.
- Kotler, P., and G. Armstrong. 2006. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Terjemahan: Bob Sabran, M.M. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., and G. Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., and G. Armstrong. 2016. *Principles of Marketing (Global Edition)*. Edisi 16. England: Pearson.
- Kotler, P., dan K. L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga: Jakarta.
- Kotler, P., dan K. L. Keller. 2016. *Marketing Management (Global Edition)*. Edisi 15e. England: Pearson.
- Lemeshow, Stanley. 1997. *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University.
- Mulyadi, H., dan D. Saktiawati. 2003. Pengaruh *brand personality* terhadap loyalitas pelanggan sampo sunsilk (survei pada mahasiswa FPIPS UPI Bandung angkatan 2004-2006). *Stagnac, Vol. 3, No. 5, Februari 2003*.

- Malik, M. E., B. Naeem, dan M. Munawar. 2012. *Brand Image: Past, Present and Future. Journal of Basic and Applied Scientific Research*.
- Naresh K. Malhotra. 2010. *Marketing Research : An Applied Orientation Sixth Edition Pearson Education*.
- Ouwersloot, H., and T. Anamaria. 2001. *Brand Personality Creation through Advertising, dalam Maxx Working Paper 2001-01*.
- Sugiyono, 2011. *Metode penelitian kuantitatif kualitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono, 2012. *Aplikasi Metodologi Penelitian*, CV Budi Utama.
- Sugiyono, 2013. *Metode penelitian kuantitatif kualitatif*. CV Alfabeta.
- Sugiyono, 2014. *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2015. *Metode Penelitian Bisnis*, CV Alfabeta.
- Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Bisnis*, CV Alfabeta.
- Susanto, A.B. 2008. *Membangun Merek Produk*. Penerbit *Quantum* Bisnis dan Manajemen, Jakarta.
- Suseno, R. I., E. Yulianto, dan Y. Abdillah. 2016. Pengaruh atribut dan *positioning* produk terhadap citra merek (Survei pada pemilik mobil Daihatsu Xenia di Kota Malang). *JAB vol. 35 No. 2*.
- Wijaya, Bambang Sukma. 2013. *Dimensions of Brand Image: A Conceptual Review from the Perspective of Brand Communication*. Jakarta: *European Journal of Bussiness and Management*, 5, (31).

ANALISIS CITRA MEREK SEPATU CONVERSE (Survey pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang)

ORIGINALITY REPORT

17%	16%	2%	9%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	5%
2	repository.unpas.ac.id Internet Source	2%
3	Submitted to Glasgow Caledonian University Student Paper	2%
4	media.neliti.com Internet Source	2%
5	Submitted to Universitas Mercu Buana Student Paper	2%
6	library.binus.ac.id Internet Source	2%
7	repository.bakrie.ac.id Internet Source	2%
8	repository.widyamataram.ac.id Internet Source	2%